Perché i social media sono pericolosi: forse un crollo imminente?

di Paolo Franzese



Perché i social media sono pericolosi? I social media rappresentano l'intero panorama delle azioni di ogni utente che utilizza Internet, ma forse siamo sull'orlo di un precipizio, mi aspetto a breve un crollo imminente.

Si può prevedere? Nel frattempo ne ho parlato spesso nelle mie newsletter:

- Scopri perché la stanchezza dai Social Media è sempre più diffusa…;
- L'era dei social media sta giungendo al termine;
- Ecco perché i social media sono vicini alla "fine";
- I social media sono dannosi, infatti…;
- …

Oggi abbiamo video generati dall'IA, gli algoritmi stanno cambiando radicalmente, etc… Io credo che siamo prossimi ad una grande "scossa" nei prossimi anni, come l'avvento della fotografia digitale.

Stanchezza profonda

Percepisco una **stanchezza profonda** verso i social media, siamo arrivati a un punto di saturazione, dove la continua esposizione ai social ci ha lasciato esausti, il panorama dei social media sta cambiando radicalmente, e ci sono tre aspetti fondamentali che stanno emergendo con forza:

- **Danni ai più giovani**: È sempre più evidente che i social media hanno un impatto negativo sugli utenti, soprattutto sui più giovani. Ciò che è ancora più preoccupante è che alcune aziende erano già a conoscenza di questi danni ma hanno scelto di non intervenire in modo significativo (comunque i danni peggiori li ha fatti una certa TV);
- **Regolamentazioni più rigide**: In Europa, le normative stanno diventando sempre più severe per proteggere i minori online. Questo inasprimento è una reazione necessaria a un

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

ambiente digitale che spesso manca di responsabilità;
- **Focus sui profitti**: Le principali piattaforme social stanno diventando sempre più incentrate sugli acquisti e sui creatori di contenuti, piuttosto che sugli utenti individuali. Questo spostamento di attenzione sta trasformando i social media in mercati più che in spazi di condivisione e connessione;

Questi cambiamenti mi fanno sentire come se stessi vivendo la fine di un'epoca, soprattutto per chi, come me, ha visto nascere i primi social media, come la Generazione X. Oggi è sempre più difficile costruire un pubblico autentico, e molti si stanno rendendo conto che forse è meglio dedicarsi a ciò che conta davvero: il lavoro, la famiglia, la vita reale.

Se vuoi aggiornamenti settimanali sui social media iscriviti alla mia newsletter:

Perché i social media sono pericolosi? Ci vuole più tempo per la realtà…

Digital Detox

Quanto mi piace questa cosa, ho provato a passare un po' di tempo lontano dai social, facendo un vero e proprio "**Digital Detox**".

Sai una cosa? Mi sento come uno dei pochi rimasti a combattere contro questa narrativa predefinita che ci viene imposta online. Internet, un tempo luogo di soddisfazione e scoperte, ora sembra un campo di battaglia di lamentele e superficialità.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Mi sento un po’ Will Smith in “io sono leggenda”, uno dei pochi che lotta ancora.

Ma proprio in questo caos, si possono piantare i semi del prossimo successo.

Il calo dell’engagement (coinvolgimento) sui social media è reale, e sta colpendo tutti. Per contrastare questo declino, è fondamentale umanizzare la propria presenza online. Dobbiamo tornare a creare contenuti *autentici*, *personali* e *umani*. Solo così potremo costruire legami emotivi forti con il nostro pubblico. E anche grazie ai *dati sintetici* generati da algoritmi di intelligenza artificiale come ChatGPT, possiamo comprendere meglio i nostri follower e creare contenuti più *rilevanti* e *personalizzati*.

Perché i social media sono pericolosi? C’è anche un crollo della fiducia.

Disinformazione

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Ma c'è un problema più grande all'orizzonte: la possibile **disinformazione**, perché è vero anche che i social media si stanno riempiendo di notizie false e la fiducia degli utenti è sempre più in crisi.

I governi stanno cercando di combattere questo fenomeno con un codice industriale rafforzato, firmato anche dai giganti, ma alcuni grandi nomi non hanno ancora aderito, lasciando aperte molte domande sul futuro della nostra esperienza online.

Siamo a un bivio, è i momento di ripensare il tuo rapporto con i social media. Il mondo digitale può ancora essere un luogo di connessione e verità, ma solo se ci impegniamo tutti a renderlo tale. Speriamo che dai social emerga un po' più di realtà e meno finzione.

Perché i social media sono pericolosi? C'è anche un crollo della fiducia.

Pubblicità noiosa

Uno dei segni più evidenti di questo cambiamento è l'introduzione dei social media a pagamento: se non vuoi la pubblicità devi pagare. È l'inizio della fine dei social media come li abbiamo conosciuti.

Gli utenti desiderano evitare la **pubblicità noiosa**, questo causa probabilmente una diminuzione dei ricavi pubblicitari, poiché sempre meno persone vogliono vedere gli annunci e quindi per le aziende questo sta rappresentando un serio problema.

Su questo blog ne ho parlato precedentemente, stiamo assistendo all'evoluzione dell'economia degli influencer con gli UGC Creator. Infatti un esempio concreto di ciò che sta accadendo lo si vede nell'evoluzione dell'economia degli influencer:

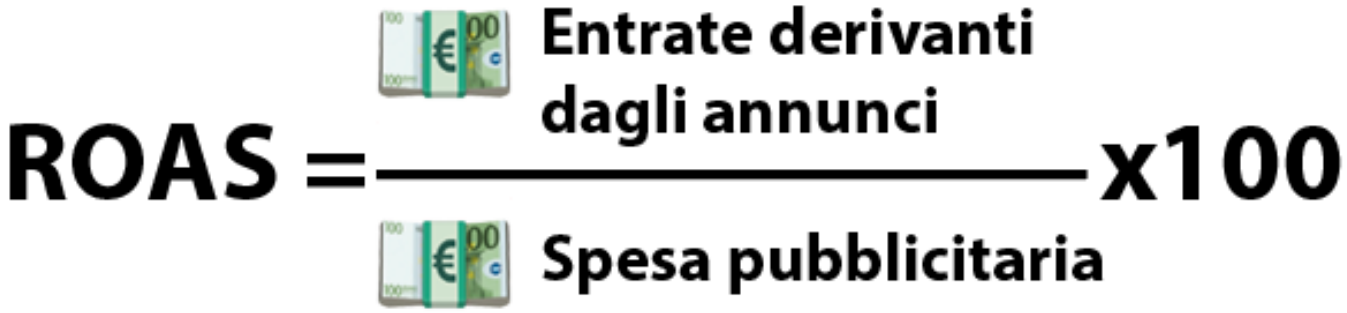
- All'inizio di Internet, le app erano il principale motore di entrate: si investivano soldi e si ottenevano guadagni.
- Ora, con il calo delle app come fonte principale di reddito, i creatori di contenuti sono diventati la forza trainante delle entrate su Internet. Tuttavia, i brand stanno iniziando a prestare attenzione solo a quei creatori con un pubblico *onesto* e di *qualità*, e questo è un cambiamento significativo.

Perché i social media sono pericolosi? Forse non conviene più pagare i grossi influencer.

Calo del ROAS

Un problema che probabilmente non è stato previsto è il **calo ROAS** (Return on Ad Spend) con i post degli influencer.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Il **ROAS** (Return On Advertising Spend) è un indice che misura il rendimento dagli investimenti pubblicitari a fronte delle spese sostenute.

Le agenzie trovano sempre più difficile giustificare le spese per influencer di medie dimensioni, con costi alti per post, che non riescono a garantire un buon ritorno sull'investimento.

? Esempio: Brand che hanno speso migliaia di euro per un video sponsorizzato da un influencer su Instagram e TikTok, ottenendo solo centinaia di euro di ritorno.

Anche i grandi influencer, che chiedono cifre esorbitanti per i loro contenuti sponsorizzati, stanno iniziando a trovarsi in difficoltà. I brand non riescono più a giustificare tali spese, soprattutto considerando il livello di engagement che queste cifre dovrebbero garantire. Questo fenomeno evidenzia come la sostenibilità economica per i creatori di contenuti stia diventando sempre più precaria.

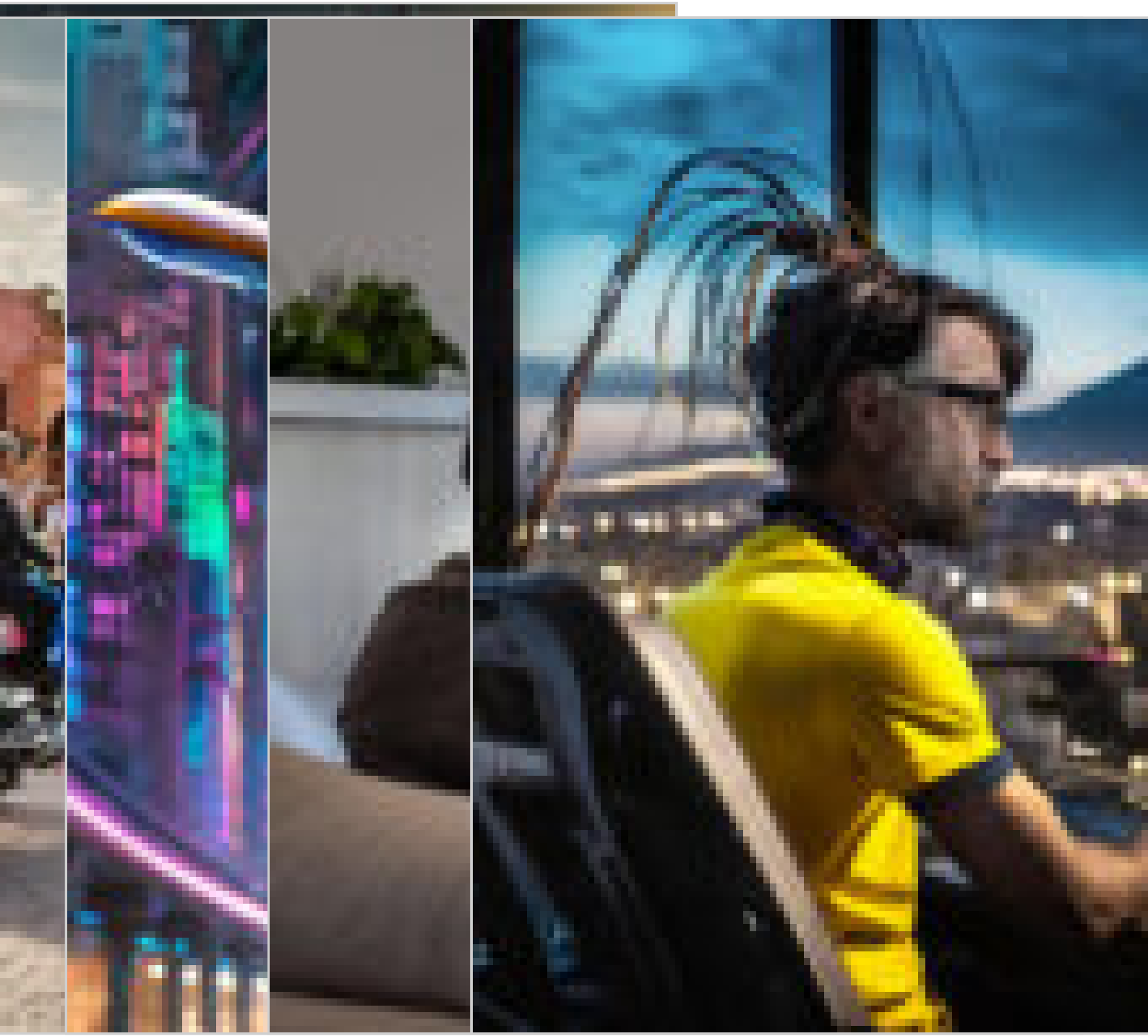
Perché i social media sono pericolosi? Troppi contenuti da consumare e poco tempo.

Saturazione dei contenuti

Un altro fattore che contribuisce a questa crisi è la **saturazione dei contenuti** sui social media. Il mercato è pieno di contenuti di bassa qualità, sponsorizzati male e che spesso non catturano l'interesse degli utenti.

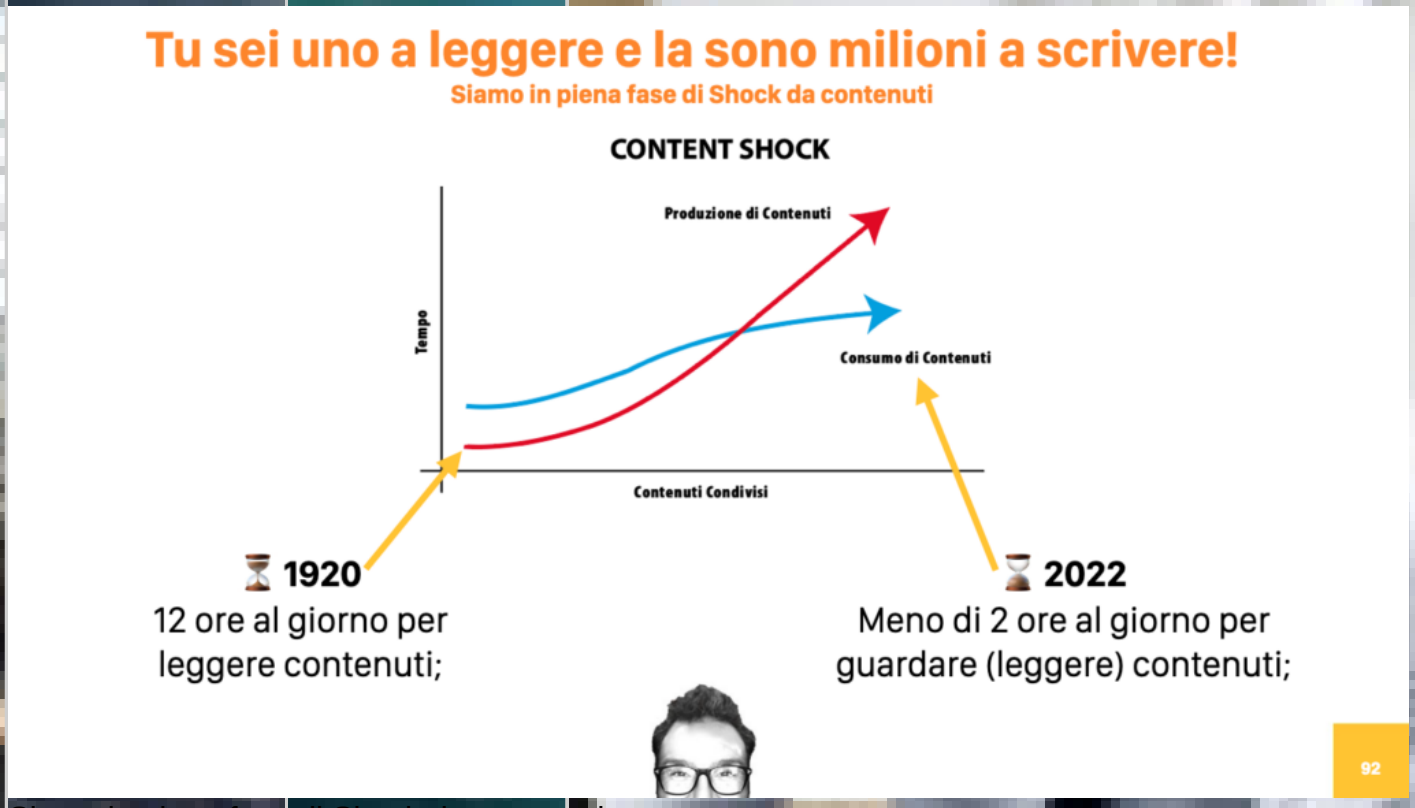
Gli strumenti basati su AI ora possono generare enormi quantità di contenuti (io li chiamo "sintetici") con uno sforzo umano ridotto al minimo (contenuti "organici"), guarda ad esempio queste immagini generate per la mia newsletter:

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Gli utenti stanno iniziando a stancarsi di questi contenuti e stanno diventando più selettivi su ciò che consumano. Questo calo dell'engagement può essere attribuito a diversi fattori, tra cui la sovrabbondanza di contenuti e la crescente diffidenza nei confronti dei brand.



Siamo in piena fase di Shock da contenuti

In risposta a questo calo, è fondamentale per i brand e i creatori umanizzare la loro presenza sui social media. Questo significa creare contenuti più autentici, personali e umani, che possano stabilire un legame emotivo forte con il pubblico.

Solo così si potrà costruire un marchio personale significativo e duraturo.

Perché i social media sono pericolosi? Troppi contenuti da consumare e poco tempo.

Monetizzazione difficile

Inoltre, la monetizzazione dei contenuti attraverso le piattaforme sta diventando sempre più difficile. Le piattaforme come Instagram e TikTok stanno cercando di adattarsi, ma con risultati altalenanti.

? Esempio: TikTok ha recentemente eliminato il suo *fondo per i creatori*, sostituendolo con il **Creativity Program Beta** che premia solo i creatori che producono video di almeno un minuto. Questo cambio di strategia riflette l'incapacità delle piattaforme di monetizzare efficacemente i contenuti brevi.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Il **Creativity Program Beta** è un programma di TikTok che permette ai creatori di guadagnare ricompense video più lunghi.

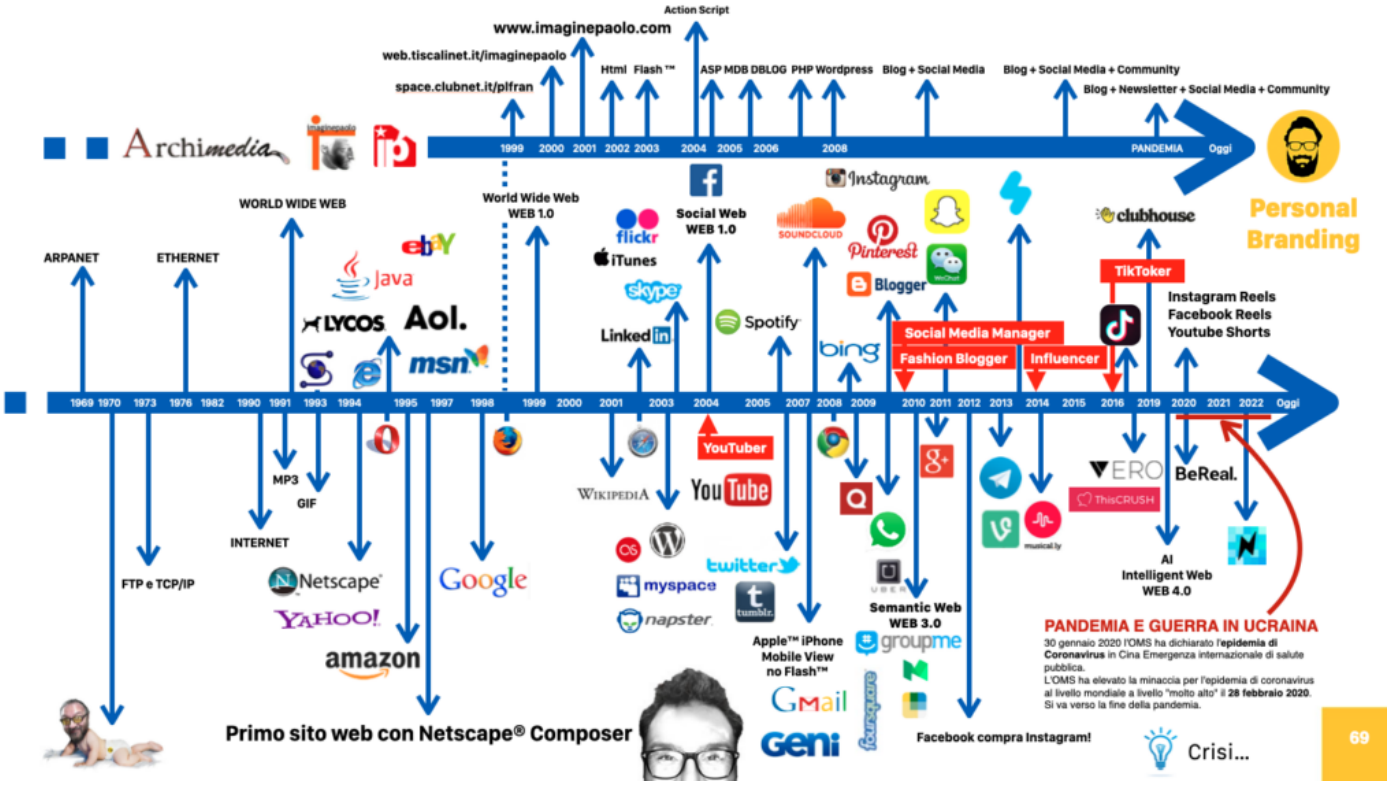
Nonostante queste sfide, non è il momento di smettere di creare contenuti. Anzi, è il momento di essere più strategici. Ho visto personalmente molti creatori esplodere e guadagnare bene grazie a sponsorizzazioni e altre forme di monetizzazione, purché siano stati in grado di adattarsi e innovare.

Perché i social media sono pericolosi?

Gratificazione immediata

Guardando alla storia recente dei social media, possiamo vedere come fino a qualche anno fa eravamo in un ottimo mercato per i creator, poi la pandemia, tutti a pubblicare, l’avvento di TikTok, e…

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Una slide del mio “Seminario di Personal Branding” in cui illustro il momento attuale…

Le piattaforme non erano così sature, e c’era ancora spazio per crescere. Tuttavia, negli ultimi due anni, c’è stato un enorme afflusso di nuovi creatori, e questo ha portato a una saturazione del mercato. Ora, le piattaforme sono piene di contenuti, sia di alta *qualità* che *mediocri*, e diventa sempre più difficile emergere in questo contesto.

Ne ho parlato qui:

- Cos’è un UGC Creator: come diventarlo e quanto si guadagna;
- Come diventare “UGC Creator internazionale”: le principali aree per guadagnare;
- Quali sono le tendenze dei Social Media: previsioni e implicazioni rivoluzionarie.

Il vero problema è che molti nuovi creatori cercano la gratificazione immediata, vogliono ottenere like e follower velocemente, spesso senza pensare a lungo termine. TikTok e Instagram hanno abituato gli utenti a questo tipo di successo rapido, ma la realtà è che questo approccio non è sostenibile.

? Suggerimento: Creare una connessione significativa con il pubblico richiede tempo, sforzo e dedizione.

Perché i social media sono pericolosi? Ho visto questo fenomeno ripetersi molte volte.

Fenomeni ciclici

Faccio una brave lista di sensazioni:

- **Facebook**: Altamente saturo, soprattutto tra i giovani. Resta rilevante per un pubblico più maturo, ma è difficile emergere senza investimenti pubblicitari;
- **Instagram**: Estremamente saturo, soprattutto nei settori di lifestyle e moda. La chiave è contenuti visivi di alta qualità e l'uso strategico di Reels per aumentare la visibilità. Molti utenti hanno smesso di postare regolarmente a causa della bassa visibilità dei loro contenuti, entrando in una spirale discendente;
- **Threads**: Inizialmente c'è stato un grande entusiasmo, ma dopo poche settimane, molti creatori hanno abbandonato la piattaforma, delusi dalla mancanza di engagement;
- **TikTok**: In crescita, ma ancora spazio per innovazioni. Creatività e originalità sono essenziali per distinguersi e mantenere l'engagement elevato. sta affrontando problemi simili. Molti dei creatori originali che sono esplosi sulla piattaforma non riescono più a ottenere lo stesso livello di visibilità, e stanno cercando alternative;
- **YouTube**: Molto saturo, con alta concorrenza. YouTube Shorts non sempre efficace. Puntare su contenuti lunghi e ben ottimizzati è cruciale per costruire una community fedele;
- **BeReal**: All'inizio affascinante per la novità, poi…
- **Twitter (X)**: Altamente saturo, soprattutto per notizie e politica. Tempestività e rilevanza sono fondamentali per catturare l'attenzione in un flusso di tweet costante;
- **LinkedIn**: In crescita, ma meno saturo rispetto ad altri. Fornire valore professionale e partecipare attivamente alle discussioni del settore aumenta l'engagement.
- **Pinterest**: Moderatamente saturo, ma ancora con opportunità. Ottimizzare i contenuti visivi con parole chiave strategiche può garantire una lunga durata di visibilità;
- **Snapchat**: Altamente saturo, soprattutto tra i giovani. Essere veloci e autentici è fondamentale per mantenere l'interesse del giovane pubblico;
- **Reddit**: Parzialmente saturo, con possibilità in nicchie specifiche. Contribuire con contenuti di valore specifici per i subreddit è la chiave per ottenere interazioni.;
- **Clubhouse**: Saturazione in aumento, ma con audience stabile. Creare discussioni di valore e collaborare con altri relatori è essenziale per mantenere alta la partecipazione.

Le piattaforme sembrano attraversare una crisi di identità, non riuscendo a capire come monetizzare efficacemente i contenuti brevi.

Perché i social media sono pericolosi? Vediamo cosa bisogna fare.

Andare controcorrente

In questo contesto, è importante essere *flessibili* e pronti a sperimentare con *nuovi formati* di contenuti. Credo che il contenuto breve diventerà più lungo, e che ci saranno diverse opportunità sia per contenuti molto brevi che per contenuti di media lunghezza. Le piattaforme stanno cercando di trovare un equilibrio, ma ci vorrà del tempo.

Uno dei più grandi problemi che vedo oggi è la paura di cambiare. Molti creatori sono riluttanti a provare nuove cose perché qualcosa ha funzionato in passato. Tuttavia, il panorama sta cambiando rapidamente, e ciò che funzionava ieri potrebbe non funzionare domani.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

Per avere successo, bisogna essere disposti a fare scelte audaci e ad **andare controcorrente**, a volte fare il contrario di ciò che tutti gli altri fanno può portare a grandi successi.

Perché i social media sono pericolosi? È ancora possibile crescere sui Social Media…

Conclusioni

Il futuro dei creatori di contenuti sarà riservato a coloro che saranno in grado di adattarsi, migliorare continuamente e mantenere una visione a lungo termine. Diventare un creatore di successo richiede competenze, impegno e la capacità di comprendere e connettersi con il proprio pubblico. La strada potrebbe diventare più difficile, ma con la giusta strategia, è possibile prosperare in questo nuovo panorama digitale.

Il panorama dei social media sta attraversando un cambiamento epocale. Con l'aumento della saturazione, il calo dell'engagement e l'introduzione di nuovi modelli di business come i social media a pagamento, ci troviamo di fronte a un possibile **crollo dell'economia dei creatori e delle piattaforme stesse**. Questo non significa la fine dei social media, ma piuttosto una trasformazione radicale del modo in cui li utilizziamo e del valore che offrono.

> Trova il tuo spazio non diluendoti sui social media classici (anche se nuovi), ma investendo su piattaforme dove tu possa essere facilmente intercettato da chi cerca persone esattamente come te.?
> – Robin Good

Le piattaforme che riusciranno a sopravvivere e prosperare saranno quelle in grado di adattarsi a queste nuove dinamiche, concentrandosi su contenuti di qualità, autenticità e relazioni genuine con il pubblico. Allo stesso tempo, i creatori di contenuti dovranno essere più strategici, innovativi e pronti a sperimentare nuovi formati e approcci per rimanere rilevanti.

Il crollo che si prospetta non è una fine, ma un'opportunità per ripensare il nostro rapporto con il digitale, per creare esperienze più significative e per costruire un ecosistema online che metta al centro le persone, non solo il profitto.

In questo contesto, chi saprà adattarsi e investire nel lungo termine avrà la possibilità di emergere più forte e più consapevole di prima.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 2 Settembre 2024

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com